

华为nova11 × 厘里： 玩转虚拟人，打开年轻对话新思路

- ◆ **品牌名称：**华为nova
- ◆ **所属行业：**电子3C行业
- ◆ **执行时间：**2023.07
- ◆ **参选类别：**元宇宙营销-虚拟形象



华为nova 11深度融入年轻群体，紧随先锋潮流、与全新科技共振，首次解锁“虚拟人营销”，与厘里一起敢拍敢出色！

- 1、虚拟形象营销全新突破：阿里文娱首个虚拟偶像“厘里”亮相，开拓全新营销可能性**
厘里Leah是阿里文娱推出的首个仿真虚拟偶像，一经发布，以精致的面容、独特且时尚的气质迅速获得用户和众多品牌青睐，不断诠释先锋、潮流、时尚的科技态度。
- 2、品牌目标持续进阶：开启对话年轻群体新窗口，引领年轻新潮流**
华为nova手机瞄准年轻人群数码产品使用需求，首次借助AIGC科技探索全新营销模式，抓住年轻新潮流，进一步深化“时尚”、“潮流”、“先锋”、“运动”的品牌标签。
- 3、营销携手进阶：共同解锁AIGC营销新方式**
华为nova携手厘里，首次合作虚拟人物形象探索潮流营销，实现两大科技势能的强势结合。搭载厘里时尚形象，与社交场、运动场深度融合对话，助推华为nova捕捉年轻人群视线，率先抢占AIGC营销全新赛道。

- 2023年华为推出潮流旗舰【华为nova11】，以出色的影像实力，全面领潮，超敢登场！在竞争激烈的手机市场中，“年轻消费者”的注意力稍纵即逝，华为与优酷携手，率先探索虚拟人营销，找到与新生代对话的新路径！
- 华为nova11与阿里文娱首个虚拟人物形象“厘里”初探虚拟潮流世界。首先在社交场，厘里以KOL身份掀起“敢拍敢出色”微博话题活动，热度直击Top 1。同时厘里参与“超Cool便装挑战”抖音挑战赛，跨越虚拟与真实的边界，全方位互动加深产品粉丝粘性，以全新姿态强势闯入社交场。其次，厘里携手华为nova出镜飞盘运动时尚大片，与真人无二展现高级质感，积极融入Z世代最新运动潮流，助力拉动年轻群体购买。

内容场

时尚海报登场，呈现超现实高级质感

定制飞盘大片，助力nova潮流出镜

高定素材



够时尚

»» Nova新配色肆意延展
绿意全面入侵感官

够运动

»» 厘里飞盘体验101
定格运动高光瞬间

够质感

»» 与真人无二的风格面孔
尽显Nova人像美学

厘里手持华为nova进入绿色飞盘运动场，结合时下年轻群体流行的最“热”运动，用华为nova定格运动高光瞬间，彰显时尚潮流人像美学。

社交场

厘里登陆社交场，领衔参与华为品牌话题活动



参与微博品牌话题活动 掀起#敢拍#参与浪潮



品牌影像大赛作品征集热度
TOP1

点赞 **1万+** 转发 **1万+**
评论 **400+**

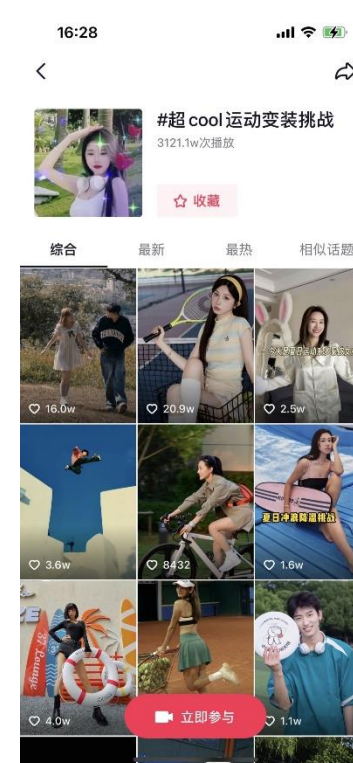
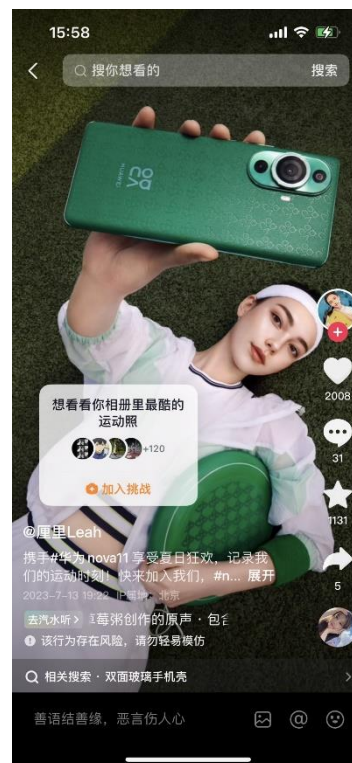
社交场

厘里登陆社交场，领衔参与华为品牌话题活动

参与抖音品牌挑战赛 “超Cool变装” 玩转潮流



总播放量 **2600万** 点赞
2000+
评论 **400+**
与年轻人群全方位互动
深塑潮流先锋形象



1、品牌声量破圈传播

厘里虚拟形象自解锁以来，凭借潮流先锋形象与多元角色符号，在社交平台上获得了广泛的关注和喜爱，微博粉丝超115万，抖音粉丝超10万，社交场影响力日益提升。

2、品牌精神传播深化

华为nova 11深耕年轻化品牌战略，把我最新潮流，与年轻群体深度沟通，在数码3C领域领衔先锋趋势，首次解锁虚拟人营销，开启全新营销模式，再一次生动展现华为nova 11的时尚形象。

3、AIGC全新营销模式重塑认知

作为行业内首个率先采用虚拟人形象营销的品牌，华为nova 11选择与厘里Leah携手共同探索AIGC广告营销全新玩法。在内容场、社交场上共同打造高定内容，重塑年轻群体品牌认知，深度强化华为nova 11在消费者心中“先锋”、“潮流”、“时尚”的品牌形象，生动体现品牌内核，助力提升销量。